



## INTISARI

Kepuasan belanja wisatawan penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan belanja wisatawan nusantara di pasar beringharjo dan memprediksi faktor mana yang dominan mempengaruhi kepuasan belanja wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survai. Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Beringharjo, Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 130 orang. Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) wisatawan yang melakukan aktivitas belanja di pasar beringharjo; 2) berusia minimal 18 tahun; 3) pengguna (*end user*) atas barang yang dibeli. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan menggunakan 20 indikator yang diukur menggunakan skala likert.

Data dianalisis dengan menggunakan indeks kepuasan pelanggan, *importance-performance analysis* dan regresi ganda. Hasil penelitian survai menunjukkan bahwa nilai indeks kepuasan sebesar 73,75%. Skor di bawah 100% menunjukkan tingkat kepuasan belum maksimal secara keseluruhan. Indikator yang berada di kuadran A (membutuhkan penanganan) didominasi oleh indikator yang berasal dari variabel fisik seperti pencahayaan, area gerak, fasilitas, dan penataan tempat. Koefisien determinasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 9,5% dari total keseluruhan 100%. Secara umum faktor yang mempengaruhi kepuasan belanja wisatawan adalah variabel produk.

**Kata kunci : Wisata Belanja, Pasar Beringharjo, Kepuasan Belanja Wisatawan, Indeks Kepuasan Pelanggan, Analisis Kinerja - Kepentingan.**



## ABSTRACT

Tourist's shopping satisfaction is important to maintain customer's loyalty. The aims of this research are to determine the level of shopping satisfaction of domestic tourists in the traditional market, Pasar Beringharjo and to predict the dominant factor which influences shopping satisfaction. This research was done by quantitative methods with a survey technique. This research was conducted in Pasar Beringharjo, Yogyakarta by using filled questionnaires from 130 customers. Determination of the sample which used in this research were 1) tourists who do shopping at Pasar Beringharjo; 2) at least 18 years; 3) end user on purchased goods. The collected data in this research were primary data and using 20 indicators which were measured by likert scale.

Data were analyzed by using a customer satisfaction index , importance-performance analysis and multiple regression. The results of the research survai showed that satisfaction index score was reached at 73.75 % . Scores which below 100 % means that tourist satisfaction is not maximized. Indicators which were in quadrant A, required special treatment was dominated by indicators that derived from physical variables such as lighting, motion area, facilities, and place arrangement. Determination coefficient value of independent variables on the dependent variable is 9.5 % of 100 % . Generally, the biggest factor that influence shopping satisfaction is product variable.

**Keywords: Shopping Tourism, Pasar Beringharjo, Tourist Shopping Satisfaction, Satisfaction Index, Importance – Performance Analysis.**